

ABSTRAK

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, *brand image*, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Vaseline, serta dapat mengetahui diantara variabel tersebut, variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian Vaseline.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswi STIESIA Surabaya yang masih berstatus mahasiswi aktif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Non-probability sampling* digunakan dengan cara *sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan metode analisis Regresi Linier Berganda yang dibantu oleh aplikasi SPSS 21 (*Statistical Product and Service Solution*).

Berdasarkan hasil Uji Asumsi klasik yang digunakan peneliti telah memenuhi kriteria yang ditentukan; Uji Kelayakan Model menunjukkan model ini layak untuk digunakan dan variabel gaya hidup memiliki pengaruh paling besar dari semua variabel independen; Uji t dan regresi menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, promosi dan gaya hidup berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian Vaseline. Sedangkan variabel harga dan *brand image* berpengaruh tidak signifikan dengan arah yang positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga, *Brand Image*, Promosi, Gaya Hidup.

ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of product quality, price, brand image, and lifestyle on Vaseline buying decision. Besides, it aimed to find out which of the most influential variable on Vaseline buying decision.

The population was students of STIESIA Surabaya who still active. While, the data collection technique used non-probability sampling. Mean while, the sampling technique used incidental sampling, in which the sample ws based on chance. It meant, anyone who meet with researchers could be used as a sample. In line with, there were 100 respondents as sample. Moreover, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (Statistict Product And Service Solution) 21.

Based on classical assumption test, the research had met specifiet criteria. Furthermore, from proper model test, it showed this model was properly to be used. Besides, lifestyle was the most influential cariable of all independent variabeles. Additionally, from t- test and regression, it concluded product quality, promotion and lifestyle had positive and significant effect on Vaseline buying decision. On the other hand, price and brand image had positive but insignificant effect rection on Vaseline buying decision.

Keywords: Buying Decision, Product Quality, Price, Brand Image, Promotion, Lifestyle